



**You have downloaded a document from**  
**RE-BUŚ**  
**repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Informacja dla małych i średnich przedsiębiorców (MSP) w realiach Jednolitego Rynku Europejskiego

**Author:** Honorata Zarębska

**Citation style:** Zarębska Honorata. (2010). Informacja dla małych i średnich przedsiębiorców (MSP) w realiach Jednolitego Rynku Europejskiego. W: M. Jarczykova (red.), "Biblioteki i ośrodki informacji - zbiory, pracownicy, użytkownicy" (S. 183-200). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIWERSYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

## CZĘŚĆ III

Honorata Zarębska

### Informacja dla małych i średnich przedsiębiorców (MSP) w realiach Jednolitego Rynku Europejskiego<sup>1</sup>

Wspieranie rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości zajmuje szczególną, a może nawet uprzywilejowaną, pozycję w europejskich oraz polskich programach polityki gospodarczej — zwłaszcza od maja 2004 roku, kiedy polski rynek stał się uczestnikiem Jednolitego Rynku Europejskiego, co stawia polskie przedsiębiorstwa w nowej sytuacji gospodarczej (stwarza im nie tylko nowe możliwości działania, ale również naraża na wzmożoną konkurencję ze strony zagranicznych firm)<sup>2</sup>. Gospodarka oparta na wykorzystaniu zasobów naturalnych ustępuje miejsca tzw. nowej gospodarce, opartej na wiedzy, a zatem również na informacji, w której wszelkie osiągnięcia technologiczne, a szczególnie technologie informacyjno-komunikacyjne, są elementami kluczowymi<sup>3</sup>. Dzięki wiedzy powstają nowoczesne gałęzie przemysłu, a zbieranie, przechowywanie, przetwarzanie i wykorzystywanie informacji jest coraz szybsze<sup>4</sup>. W tych realiach sukces gospodarczy wymaga przede wszystkim znajomości rynków zagranicznych i praw nimi rządzących, umiejętności pozyskiwania nowych technologii i wykorzystywania programów pomocowych oraz współpracy z różnymi partnerami biznesowymi, to wszystko nie może mieć miejsca

---

<sup>1</sup> Niniejszy artykuł powstał na podstawie pracy magisterskiej pt. *Dostęp małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) do informacji a ich efektywny udział w Jednolitym Rynku Europejskim*, napisanej przez autorkę pod kierunkiem dr hab. Diany Pietruch-Reizes w 2008 roku.

<sup>2</sup> Jednolity Rynek Europejski (JRE) to stowarzyszenie państw powstałe w wyniku integracji europejskiej. Program utworzenia JRE został zawarty już w postanowieniach *Traktatu o utworzeniu Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej*, a następnie był podejmowany w kolejnych dokumentach Wspólnoty — *Białej Księdze Komisji Europejskiej ds. realizacji rynku wewnętrznego* oraz *Jednolitym Akcie Europejskim*.

<sup>3</sup> Zob. *Perspektywy gospodarki opartej o wiedzę w Polsce — wyniki raportu Banku Światowego*. Dostępny w Internecie: [http://www.nauka.gov.pl/mn/index.jsp?place=Lead07&news\\_cat\\_id=72&news\\_id=155&layout=2&page=text](http://www.nauka.gov.pl/mn/index.jsp?place=Lead07&news_cat_id=72&news_id=155&layout=2&page=text). [Data dostępu: 21.02.2009].

<sup>4</sup> R. Żelazny: *Nowa gospodarka: mity i rzeczywistość. Od fascynacji do naukowego poznania*. W: *Problemy globalizacji gospodarki*. Red. T. Bernat. Szczecin 2003, s. 87.

bez zapewnienia dostępu do informacji — rzetelnej, wiarygodnej oraz aktualnej. Taka, umiejętnie przetworzona w wiedzę, informacja daje możliwość poprawy efektywności przedsiębiorstwa w różnych obszarach jego funkcjonowania (we wszelkich aspektach zarządzania, finansach, marketingu i sprzedaży itp.), co powinno się przekładać na pełniejszy i bardziej zaangażowany udział w tworzeniu oraz eksploatowaniu rynków krajowego oraz europejskiego. Dane na temat konkurencji, rynków zbytu, nowinek technologicznych i badań są współcześnie nieodzowne przy prowadzeniu aktywnej, konkurencyjnej działalności gospodarczej, a przedsiębiorca niedostrzegający wagi odpowiedniej informacji w podejmowaniu decyzji strategicznych dla firmy jest najprawdopodobniej skazany na izolację.

Małe i średnie przedsiębiorstwa ze względu na ich dużą liczbę, wszechstronność wyrobów i usług, niewielkie wymagania kapitałowe oraz elastyczność tworzą podstawę każdej nowoczesnej gospodarki<sup>5</sup>. Wielka rola, jaką spełniają w zakresie zmniejszania bezrobocia czy też ożywiania rynków lokalnych, powoduje, że nie bez powodu są one popularnymi obiektami analiz i adresatami licznych programów pomocowych. Piśmiennictwo na ten temat z ostatnich dziesięciu lat dotyczy głównie sposobów eliminowania barier w rozwoju małych i średnich firm oraz koncepcji zwiększania konkurencyjności tego sektora — w tym kontekście niestety niezbyt często eksponuje się aspekt informacyjny<sup>6</sup>. Problematyka dostępu małego biznesu do informacji była podejmowana już w połowie lat 90. w badaniach Emilii Mostowicz i Anny Grzecznowskiej, które zajmowały się głównie potrzebami informacyjnymi MSP<sup>7</sup>. Kilka lat później, w 2001 roku, w Instytucie Wzornictwa Przemysłowego zrealizowały one badania, mające na celu zdiagnozowanie, jak w sytuacji rozwoju nowych systemów i typów usług informacyj-

---

<sup>5</sup> Około 99% przedsiębiorstw w Europie to małe i średnie przedsiębiorstwa, które zapewniają dwie trzecie miejsc pracy w sektorze prywatnym. Por. *Raport o stanie sektora MSP*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 13.10.2006. Dostępny w Internecie: <http://www.parp.gov.pl/index/index/106>. [Data dostępu: 21.02.2009]; *Literatura. Portal Innowacji*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Dostępny w Internecie: <http://www.pi.gov.pl/default.aspx?docId=333>. [Data dostępu: 21.02.2009]; *Opracowania i analizy*. Krajowa Izba Gospodarcza. Dostępny w Internecie: <http://www.kig.pl/index.php/Opracowania-i-analizy>. [Data dostępu: 21.02.2009]; *Przedsiębiorczość*. Ministerstwo Gospodarki. 11.12.2007. Dostępny w Internecie: <http://www.mg.gov.pl/Analizy+i+prognozy/przedsiębiorczosc/> [Data dostępu: 21.02.2009].

<sup>6</sup> Wniosek ten został sformułowany na podstawie wyników analizy zawartości katalogów Biblioteki Narodowej z ostatnich dziesięciu lat przeprowadzonej przez autorkę.

<sup>7</sup> Por. A. Grzecznowska, E. Mostowicz: *Małe i średnie przedsiębiorstwa przemysłowe jako użytkownicy informacji*. „Praktyka i Teoria Informacji Naukowej i Technicznej” 1996, nr 1 (13), s. 16—22; A. Grzecznowska, E. Mostowicz: *Potrzeby informacyjne małych i średnich przedsiębiorstw przemysłowych a oferta placówek informacyjnych*. W: *II Krajowe Forum Informacji Naukowej i Technicznej. Jastrzębie Zdrój 29 maja—2 czerwca 1995 roku*. Red. A. Czumak-Bienicka. Warszawa 1995, s. 59—71; A. Grzecznowska, E. Mostowicz: *Placówki informacji biznesowej w Polsce*. Warszawa 1997.

nych kształtują się potrzeby informacyjne małych i średnich przedsiębiorstw<sup>8</sup>. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości od 1995 roku wydaje *Raporty o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*<sup>9</sup>. Własne badania w tym zakresie prowadzi również Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan i raz w roku publikuje *Czarną Listę Barrier* oraz raporty z cyklu *Monitoring kondycji sektora MSP*. W jednym z nich dostrzeżono, że przyczyny niewykorzystania w pełni możliwości MSP tkwią w trudnościach związanych z wejściem na rynek unijny, a szczególnie w braku wiedzy o rozwiązaniach prawnych obowiązujących na rynkach krajów UE<sup>10</sup>.

## Definicja małych i średnich przedsiębiorstw

Aby wyeliminować różnice, które mogą powodować zakłócenia konkurencji między podmiotami gospodarczymi uczestniczącymi w Jednolitym Rynku Europejskim, oraz w celu ułatwienia koordynacji pomiędzy różnymi inicjatywami Wspólnoty i działaniami krajowymi na rzecz małych i średnich przedsiębiorstw, a także w ramach ujednolicania przepisów administracyjnych i prawnych członków Wspólnoty, 3 kwietnia 1996 roku Komisja Europejska przyjęła pierwszą definicję małego i średniego przedsiębiorcy<sup>11</sup>. W celu przystosowania się do tendencji w rozwoju gospodarczym po 1996 roku w dniu 6 maja 2003 roku Komisja przyjęła nowe zalecenia<sup>12</sup> odzwierciedlone w Rozporządzeniu nr 364/2004<sup>13</sup>. Weszło ono

---

<sup>8</sup> Zob. A. Grzecznowska, E. Mostowicz: *Małe i średnie polskie przedsiębiorstwa przemysłowe jako użytkownicy informacji w warunkach zmieniającego się rynku usług informacyjnych*. Warszawa 2001.

<sup>9</sup> Zob. *Raport o stanie sektora MSP*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 13.10.2006. Dostępny w Internecie: <http://www.parp.gov.pl/index/index/106>. [Data dostępu: 21.02.2009].

<sup>10</sup> Zob. M. Starczewska-Krzysztosek: *Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw 2006. Raport z badań „Monitoring kondycji sektora MSP 2006”*. Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, 2006. Dostępny w Internecie: [http://www.pkpplewiatan.pl/upload/plik/konkurencyjnosc\\_sektora\\_msp\\_2006\\_3128609.pdf](http://www.pkpplewiatan.pl/upload/plik/konkurencyjnosc_sektora_msp_2006_3128609.pdf). [Data dostępu: 21.02.2009].

<sup>11</sup> Po raz pierwszy definicję małego i średniego przedsiębiorcy opublikowano w zaleceniu Komisji Europejskiej: 96/280/EC: Commission Recommendation of 3 April 1996 concerning the definition of small and medium-sized enterprises (Text with EEA relevance). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 107, 30.04.1996, które było załącznikiem do Rozporządzenia Komisji (WE) nr 70/2001 z dnia 12.01.2001 roku w sprawie zastosowania art. 87 i 88 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy państwa dla małych i średnich przedsiębiorstw. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 10, 13.01.2001.

<sup>12</sup> Poprawka redukuje możliwości nadużyć zwłaszcza w kwestii Funduszy Strukturalnych oraz Programów Ramowych na rzecz badań i rozwoju. Commission Recommendation (2003/361/EC) of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (notified under document number C(2003) 1422 final). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 124, 20.05.2003.

<sup>13</sup> Zob. Rozporządzenie Komisji (WE) nr 364/2004 z dnia 25.02.2004 roku zmieniające Rozporządzenie Komisji (WE) nr 70/2001 i rozszerzające jego zakres w celu włączenia pomocy dla badań i rozwoju. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 63, 28.02.2004.

w życie 1 stycznia 2005 roku i jest stosowane w odniesieniu do wszelkich działań i przedsięwzięć adresowanych do sektora MSP. Rozporządzenie wprowadza, przede wszystkim, odrębną definicję dla mikroprzedsiębiorstwa, określa trzy kategorie przedsiębiorstw (każda z nich odpowiada rodzajowi związku, w jakim to przedsiębiorstwo pozostaje z innymi przedsiębiorstwami) oraz wyklucza z grupy MSP podmioty państwowe (tzn. gdzie Skarb Państwa bądź jednostki samorządu terytorialnego posiadają 25% i więcej udziałów). Zmiany te miały na celu rozszerzenie kręgu przedsiębiorców, którzy mogliby skorzystać z unijnej pomocy publicznej. Odbiciem (niezupełnym) tych postanowień są wytyczne zawarte w przepisach art. 103—110 *Ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej*<sup>14</sup>, które również weszły w życie dnia 1 stycznia 2005 roku. Dostosowanie polskiej definicji do wymogów europejskich ma wymiar czysto praktyczny, gdyż udzielenie wsparcia przedsiębiorstwom, które nie spełniają warunków określonych w definicji unijnej, naraziłoby Polskę, jako kraj członkowski Unii, na zarzut udzielania pomocy bez notyfikacji.

## Informacja dla przedsiębiorców w Polsce — rys historyczny

„Zaledwie dwa dni wystarczyły, aby w 1916 roku brytyjskim bankierom udało się największa spekulacja w historii giełdy. Prawdziwa wiadomość z frontu okazała się warta pięć miliardów dolarów” — powiedział o potędze informacji i o tym, jak ważne jest właściwe zarządzanie informacjami, nie tylko w skali firmy, ekonomista Witold Orłowski<sup>15</sup>. W swojej wypowiedzi wskazał również na początki rozwoju informacji na użytek podmiotów gospodarczych, które sięgają pierwszej dekady XX wieku. W 1904 roku założono w Newark (New Jersey) pierwszy oddział informacji biznesowej (w bibliotece publicznej). Sześćdziesiąt lat później brytyjskie biblioteki publiczne przyczyniły się do powstania słynnej sieci informacji biznesowej i technicznej HATRIS, która istnieje do dziś.

W Polsce początki systemu informacji naukowej, technicznej i ekonomicznej sięgają 1936 roku<sup>16</sup>. Rozwinął się on bardzo intensywnie w latach 50., wraz z po-

<sup>14</sup> Zob. *Ustawa z dnia 2.07.2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej*. Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807. Art. 10 i art. 103—110 weszły w życie z dniem 1.01.2005 roku, art. 16 oraz art. 23—45 z dniem 1.01.2007 roku.

<sup>15</sup> Zob. K. Olszewska: *Wydarzenia z przeszłości mogą przekonać do informatyzacji nawet opornych humanistów*. Polska Agencja Prasowa, 23 VI 2006. Dostępny w Internecie: [http://www.naukawpolsce.pap.pl/palio/html.run?\\_Instance=cms\\_naukapl.pap.pl&\\_pageID=1&s=szablon.depesza&dz=szablon.depesza&dep=24120&data=&long=PL&\\_Checksum=2044067300](http://www.naukawpolsce.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_naukapl.pap.pl&_pageID=1&s=szablon.depesza&dz=szablon.depesza&dep=24120&data=&long=PL&_Checksum=2044067300). [Data dostępu: 10.01.2008].

<sup>16</sup> W 1936 roku Stowarzyszenie Inżynierów Mechaników Polskich rozpoczęło w Warszawie opracowanie dokumentacji wybranych artykułów z zagranicznych czasopism technicznych. Zob. A. Pietrzak: *Krajowy system informacji naukowej, technicznej i ekonomicznej w świetle podsta-*



wstaniem w 1950 roku Głównego Instytutu Dokumentacji Naukowo-Technicznej, i stał się koordynatorem systemu, w ramach którego zainicjowano rozbudowaną działalność w zakresie informacji naukowej, technicznej i ekonomicznej (system INTE)<sup>17</sup>. Powstało wówczas sto kilkadziesiąt branżowych systemów i ponad trzy tysiące zakładowych ośrodków informacji. System ten dostarczał rocznie kilkaset tysięcy usług i tyleż wydawnictw informacyjnych — jego najważniejszym zadaniem było systematyczne dostarczanie informacji o najnowszych osiągnięciach techniki i nauki do zainteresowanych podmiotów gospodarczych, co miało wpłynąć na poprawę efektywności gospodarowania przedsiębiorstw<sup>18</sup>. System ten obejmował: zakładowe, międzyzakładowe, branżowe, działowe i centralne ośrodki informacji, składnice informacji oraz inne placówki<sup>19</sup>, które od lat 70. zaczęły się pojawiać w wielu sektorach gospodarki. Kres temu funkcjonującemu dość sprawnie systemowi informacji ekonomicznej położyła *Uchwała nr 84 Rady Ministrów z dnia 30 maja 1990 roku*, na mocy której zlikwidowano CINTe<sup>20</sup>. Od tego momentu znaczenie systemu INTE stale malało, rosła zaś rola instytucji oferujących i analizujących źródła informacji naukowej, technicznej, ekonomicznej na zasadach komercyjnych.

Nie można również zapomnieć o roli powstałej w 1990 roku jednostki badawczo-rozwojowej, nad którą nadzór sprawuje Minister Nauki — Ośrodek Przetwarzania Informacji (OPI)<sup>21</sup>. Jego główne usługi informacyjne realizowane na zasadach niekomercyjnych to przede wszystkim:

— wspomaganie procesów decyzyjnych w zakresie polityki naukowej i innowacyjnej państwa;

wowych aktów prawnych. W: *Poradnik pracownika informacji naukowej, technicznej i ekonomicznej*. Red. nauk. H. Żeglicka. Warszawa 1977, s. 19.

<sup>17</sup> Główny Instytut Dokumentacji Naukowo-Technicznej zmieniał swoją nazwę wiele razy: od 1952 roku — Centralny Instytut Dokumentacji Naukowo-Technicznej (CIDNT); od 1960 roku — Centralny Instytut Informacji Naukowo-Technicznej i Ekonomicznej (CIINTE); od 1971 roku — Centrum Informacji Naukowej, Technicznej i Ekonomicznej (CINTE).

<sup>18</sup> Zob. R. Paś: *Cenne informacje*. „Forum Akademickie” 2002, nr 7—8. Dostępny w Internecie: [http://forumakad.pl/archiwum2002/07-08/artykuly31-on-cenne\\_informacje.htm](http://forumakad.pl/archiwum2002/07-08/artykuly31-on-cenne_informacje.htm). [Data dostępu: 10.01.2008].

<sup>19</sup> *Encyklopedia współczesnego bibliotekarstwa polskiego*. Wrocław 1976, s. 283.

<sup>20</sup> Zob. *Uchwała nr 84 Rady Ministrów z dnia 30.05.1990 roku w sprawie uznania niektórych uchwał Rady Ministrów ogłoszonych w Monitorze Polskim za nieobowiązujące*. „Monitor Polski” 1990, nr 24, poz. 181. Internetowy System Aktów Prawnych: <http://isip.sejm.gov.pl/servlet/Search?todo=file&id=WMP1990024018&type=2&nome=M19900181.pdf>. [Data dostępu: 15.01.2008]. Wszedł w życie 18 czerwca 1990 roku.

<sup>21</sup> Ośrodek Przetwarzania Informacji działa na podstawie *Ustawy z dnia 25.07.1985 roku o jednostkach badawczo-rozwojowych* (Dz.U. 2001, nr 33, poz. 388 z późn. zm. Internetowy System Aktów Prawnych. Dostępny w Internecie: <http://isip.sejm.gov.pl/servlet/Search?todo=file&id=WDU-19850360170&type=3&name=D19850170Lj.pdf>. [Data dostępu: 15.01.2008]) oraz przepisów wykonawczych do ustawy, a także *Zarządzenia nr 12 Ministra-Kierownika Urzędu Postępu Naukowo-Technicznego i Wdrożeń z dnia 13.12.1990 roku w sprawie utworzenia jednostki badawczo-rozwojowej pod nazwą Ośrodek Przetwarzania Informacji*. Dz. Urz. Urzędu Postępu Naukowo-Technicznego i Wdrożeń 1990, nr 4, poz. 13.

- opracowywanie i eksploatawanie systemów informacyjnych dotyczących badań naukowych i prac rozwojowych dla potrzeb organizacji i finansowania tych prac, ewidencjonowania wyników, kategoryzacji jednostek naukowo-badawczych;
- wspieranie polityki Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz Ministerstwa Gospodarki w zakresie wdrażania osiągnięć naukowych do gospodarki;
- badanie uwarunkowań prowadzących do zwiększenia innowacyjności polskich przedsiębiorstw;
- wspieranie udziału przedstawicieli nauki i przedsiębiorczości w programach ramowych, sektorowych i regionalnych programach operacyjnych oraz innych programach pomocowych, w obszarze rozwijania innowacyjności, informatyzacji i technologii;
- prowadzenie projektów i programów, w tym programów grantowych wspierających rozwój nauki oraz rozwój innowacyjności dla jednostek naukowych i przedsiębiorstw<sup>22</sup>.

Istnienie państwowych jednostek badawczych takich jak OPI nie zmienia jednak faktu, iż obecnie firmy wykonujące opracowania na zamawiane tematy i świadczące usługi informacyjne odpłatnie, przeżywają swój renesans. Pojawiła się instytucja pośrednika w udzielaniu wszelkiego rodzaju informacji — infobroker (broker informacji)<sup>23</sup>. Istotę zapotrzebowania na tego typu usługi dostrzega się w gwałtownie rozrastających się zasobach informacyjnych (głównie Internet), z którymi nie są w stanie poradzić sobie przedsiębiorcy.

### **Informacja dla przedsiębiorców — próba definicji i refleksje terminologiczne**

Informacja to jedno z podstawowych pojęć we współczesnym świecie, w nauce, we wszystkich dziedzinach działalności człowieka. Mimo to (a raczej — właśnie dlatego) nie istnieje jedna, zadowalająca, powszechnie uznana definicja informacji. Przedmiotem tego omówienia jest informacja skierowana do przedsiębiorców, a więc nierozzerwalnie powiązana z ekonomią. Przyjrzyjmy się zatem kilku definicjom przydatnym z punktu widzenia omawianej problematyki, wypowiedzianym przez ekonomistów oraz specjalistów z dziedziny organizacji i zarządzania. Dla Wiesława Flakiewicza informacja będzie „czynnikiem, który zwiększa naszą

---

<sup>22</sup> *Instytucje Naukowe*. Ośrodek Przetwarzania Informacji. Dostępny w Internecie: <http://nauka-polska.pl/dhtml/raportyWyszukiwanie/wyszukiwaniuInstytucjeNaukowe.fs?lang=pl>. [Data dostępu: 4.10.2007].

<sup>23</sup> Inne określenia: *information professional, independent researcher, knowledge broker, data dealer, cybrarian, information broker*.

wiedzę o otaczającej nas rzeczywistości”<sup>24</sup>. Zdaniem Józefa Penca jest to katalizator zarządzania, sieć połączeń poszczególnych funkcji zarządzania zasilająca wszystkie sfery działania organizacji. Oznacza zatem wiedzę potrzebną do określenia i realizacji zadań służących do osiągnięcia celów organizacji (tu: przedsiębiorstwa)<sup>25</sup>. Według Heleny Dudycz informacja to właściwość wiadomości lub sygnału, która polega na zmniejszeniu nieokreśloności lub niepewności co do stanu albo dalszego rozwoju sytuacji, której ta wiadomość dotyczy. Wiadomość lub sygnał stają się informacją wtedy, gdy są poddane przetwarzaniu, na skutek którego nabierają sensu, niosą określone idee i wiedzę, umożliwiają wyciąganie wniosków, w wyniku czego stają się przydatne oraz mogą wpływać na jakość podejmowanych decyzji<sup>26</sup>. Aleksander Wassilew twierdzi natomiast, że informacja to zmiana aktualnego stanu wiedzy użytkownika na określony temat w konkretnej sytuacji, wskutek interpretacji otrzymanych z zewnątrz danych o małym stopniu przetworzenia, a jej celem jest zredukowanie stanu niewiedzy i niepewności w danej sytuacji decyzyjnej<sup>27</sup>. Zaś Jerzy Kisielnicki i Henryk Sroka sądzą, że informacje są podstawą funkcjonowania każdej organizacji i stanowią jej zasoby, pozwalające na zwiększenie wiedzy o tej organizacji i jej otoczeniu<sup>28</sup>. Warto odnieść się również do spostrzeżeń Józefa Oleńskiego, który bada i objaśnia zjawiska informacyjne, wykorzystując podstawowe kategorie makroekonomiczne. Rozpatruje on informację w różnych aspektach — jako zasób ekonomiczny, dobro publiczne, czynnik produkcji, produkt, towar, dobro konsumpcyjne, element infrastruktury gospodarki<sup>29</sup>.

W nauce ekonomii i ekonomikach szczegółowych informacja była dotychczas często traktowana jako aspekt marginalny. Zdaniem Józefa Oleńskiego, „podstawowe kierunki w teorii ekonomii ukształtowały się wówczas, gdy w wyjaśnianiu procesów i zjawisk ekonomicznych czynnik informacji można było pomijać. W makroekonomii nie zajmowano się informacją lub wspomniano o informacji »na marginesie« innych rozważań. W mikroekonomii problematyka informacji była, na ogół, traktowana jako jeden z aspektów organizacji zarządzania”<sup>30</sup>.

W Polsce informacją dla przedsiębiorców — rozumianą jako obszar działalności bibliotecznej — zainteresowano się na początku lat 90.<sup>31</sup> Współcześnie jej rola

<sup>24</sup> Zob. W. Flakiewicz: *Systemy informacyjne przedsiębiorstwa i instytucji*. Warszawa 1997, s. 58.

<sup>25</sup> Zob. J. Penc: *Strategie zarządzania*. Warszawa 1994, s. 82.

<sup>26</sup> Zob. H. Dudycz: *Wizualizacja danych jako narzędzie wspomagania zarządzania przedsiębiorstwem*. Wrocław 1998, s. 11.

<sup>27</sup> E. Ziemia, M. Mnich: *Informacja i wiedza w przedsiębiorstwie*. W: *Informatyka. Strategie i zarządzanie wiedzą*. Red. J. Oleński, Z. Olejniczak, J. Nowak. Katowice 2005, s. 4.

<sup>28</sup> J. Kisielnicki, H. Sroka: *Systemy informacyjne biznesu*. Warszawa 1999, s. 13.

<sup>29</sup> J. Oleński: *Ekonomika informacji*. Warszawa 2001, s. 241—315.

<sup>30</sup> J. Oleński: *Ekonomika informacji. Metody*. Warszawa 2003, s. 33.

<sup>31</sup> S. Cisek: *Szara literatura jako źródło informacji biznesowej. Zarys problematyki*. „Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy” (dalej: EBIB) 2002, nr 11 (40). Dostępny w Internecie: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/40/cisek.php>. [Data dostępu: 10.01.2008].



w gospodarce jest uznawana, obok trzech klasycznych — ziemi, kapitału i pracy ludzkiej — za czwarty czynnik produkcji<sup>32</sup>. Bardziej adekwatną wydaje się jednak hipoteza, że jest ona nie tyle czwartym czynnikiem produkcji, ile czymś w rodzaju spoiwa łączącego wspomniane trzy klasyczne siły napędzające, gdyż bez niej nie mają one racji bytu.

W zarządzaniu i naukach ekonomicznych można się spotykać m.in. z takimi pojęciami, jak: „informacja dla zarządzania”, „informacja dla biznesu”, „informacja ekonomiczna”, „informacja gospodarcza” — ta różnorodna nomenklatura podkreśla różne konteksty zastosowania informacji<sup>33</sup>. W informacji naukowej funkcjonują podobne pojęcia — często synonimicznie stosowane są: „informacja biznesowa”, „informacja ekonomiczna”, „informacja gospodarcza”.

Wojciech Januszko podkreśla, iż terminy „informacja gospodarcza” i „informacja biznesowa” nie są synonimami (według niego ten drugi termin ma dwuznaczne, niekiedy pejoratywne konotacje oraz zawiera mniejszą liczbę własności niż termin „informacja gospodarcza”). Dostrzega on również różnice semantyczne między pojęciami „informacja gospodarcza” a „informacja ekonomiczna” (argumentuje to tym, iż termin „ekonomia” dotyczy nauki o gospodarce, a nie gospodarki jako takiej)<sup>34</sup>. W rezultacie rekomenduje on stosowanie terminu „informacja gospodarcza”, który definiuje informację dla przedsiębiorców jako dane o „przedsiębiorstwach, o produktach i usługach firm, o potrzebach kooperacyjnych firm, o targach i wystawach, o misjach i wizytach gospodarczych, o kształceniu i szkoleniach, o usługach w zakresie prowadzenia specjalistycznej dokumentacji handlu zagranicznego, statystyczna i analityczna, o wspomaganiu finansowym, o przepisach prawnych, o różnorodnych organizacjach, stowarzyszeniach i innych instytucjach wspierających działalność podmiotów gospodarczych, o krajach, bibliograficzno-dokumentacyjna, referencyjna, o ludziach gospodarki”<sup>35</sup>. Podobnego zdania jest Janusz Glapa, opisujący swoje rozważania terminologiczne na łamach Elektronicznego Biuletynu Informacyjnego Bibliotekarzy EBIB<sup>36</sup>. W *Słowniku języka haseł przedmiotowych Biblioteki Narodowej* również odrzucono pojęcia „informacja ekonomiczna” i „informacja biznesowa” na rzecz hasła „informacja gospodarcza”.

Orędowniczką terminu „informacja biznesowa”<sup>37</sup> jest natomiast Sabina Cisek, która mimo świadomości różnic semantycznych między powyższymi terminami

<sup>32</sup> J. Myszczyżyn, W. Myszczyżyn: *Informacja — czwartym czynnikiem produkcji*. W: *Przemiany i perspektywy polskich przedsiębiorstw w dobie integracji z Unią Europejską*. Red. K. Piech, G. Szczodrowski. Warszawa 2003, s. 133.

<sup>33</sup> C. Olszak: *Rola i możliwości informatyka*. W: *Informatyka w zarządzaniu...*, s. 25.

<sup>34</sup> W. Januszko: *Systemy informacji gospodarczej*. Warszawa 2001, s. 16.

<sup>35</sup> Ibidem, s. 58—60.

<sup>36</sup> J. Glapa: *Informacja gospodarcza w Książnicy Pomorskiej*. EBIB 2002, nr 11 (40). Dostępny w Internecie: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/40/glapa.php>. [Data dostępu: 10.01.2008].

<sup>37</sup> Z ang. *business information*.

(ze względów stylistycznych) w swoich artykułach stosuje to pojęcie zamiennie z terminem „informacja gospodarcza”. Interpretuje ona informację biznesową w dwóch ujęciach — przedmiotowym oraz funkcjonalnym. W pierwszym znaczeniu jest to informacja o szeroko rozumianej treści gospodarczej (o biznesie), a w drugim — informacja służąca firmom, wiadomości potrzebne do osiągnięcia celów działalności gospodarczej, zysku (dla biznesu)<sup>38</sup>. W praktyce bibliotekarskiej (zwłaszcza w odniesieniu do bibliotek publicznych) informacja o biznesie rozumiana jest jako informacja na tematy gospodarcze i pokrewne. Informacja dla biznesu dotyczy zaś wszystkiego, co dzieje się „na zewnątrz” danego przedsiębiorstwa, a co ma (lub może mieć) wpływ na jego funkcjonowanie. Ponadto wyróżnia się dwa podstawowe obszary zastosowania informacji biznesowej w firmie: dla rozwiązywania bieżących problemów (np.: analiza problemów i ich rozwiązań, ocena skutków konkretnych postanowień, korzystanie z doświadczeń) oraz dla planowania długoterminowego, strategicznego, gdzie informacja biznesowa ma kluczowe znaczenie (np.: ocena sytuacji na rynkach, monitorowanie działalności konkurencji i trendów w gospodarce, przewidywanie zmian prawnych i politycznych mających wpływ na działalność firmy)<sup>39</sup>.

*Tezaurus informacji naukowej* Ewy Chmielewskiej-Gorczyca w ogóle nie obejmuje pojęć „informacja biznesowa” czy „informacja gospodarcza”<sup>40</sup>. Jako termin nadrzędny wobec innych pojawia się tam pojęcie „informacja specjalistyczna”. Węższe semantycznie terminy przedstawia rysunek 1. Jako informacja przeznaczona *stricte* dla przedsiębiorstw zakwalifikowałyby się, zgodnie z *Tezaurusem*, pojęcia: „informacja ekonomiczna”, „informacja handlowa”, „informacja przemysłowa”. W szerszym znaczeniu do tej informacji można zaliczyć wszystkie wymienione tam rodzaje informacji specjalistycznej, a więc również informację prawniczą, informację statystyczną i informację techniczną. Trudno wyobrazić sobie przedsiębiorstwo, któremu wyszłoby na niekorzyść wykorzystywanie któregoś z typów informacji sensu largo.

#### INFORMACJA SPECJALISTYCZNA

- Informacja ekonomiczna
- Informacja handlowa (firmowa; techniczno-handlowa): katalogi firm, literatura firmowa
- Informacja przemysłowa: katalogi firm, literatura firmowa, patenty
- Informacja prawnicza
- Informacja statystyczna
- Informacja techniczna

Rys. 1. Podział informacji specjalistycznej w *Tezaurusie informacji naukowej*<sup>41</sup>

Źródło: Opracowanie własne.

<sup>38</sup> S. Cisek: *Szara literatura...*

<sup>39</sup> S. Arcisz: *Potrzeby informacyjne w gospodarce rynkowej*. W: *III Krajowe Forum Informacji Naukowej i Technicznej*. Jastrzębie Zdrój 29.05.—2.06.1995. Materiały konferencyjne. Warszawa 1995, s. 54—58.

<sup>40</sup> E. Chmielewska-Gorczyca: *Tezaurus informacji naukowej*. Warszawa 1992.

<sup>41</sup> Ibidem.

Aby uniknąć nieporozumień terminologicznych, w niniejszym artykule stosowany będzie termin ogólny „informacja dla przedsiębiorców” (ze względów stylistycznych zamiennie z terminami „informacja gospodarcza” i „informacja biznesowa”).

Informacja sama w sobie (bez uszczegółowiania, dla kogo jest przeznaczona) posiada pewien zespół cech dystynktywnych. Należy tu zaliczyć przede wszystkim:

- niezależność od obserwatora (obiektywizm);
- synergę;
- różnorodność;
- niewyczerpywalność informacji jako zasobu;
- możliwość powielania i przenoszenia w czasie i przestrzeni;
- możliwość przetwarzania niepowodującą jej zużycia;
- subiektywność ocen (ta sama informacja ma różne znaczenie dla różnych użytkowników)<sup>42</sup>.

Ujęcie jakościowe informacji wskazuje na kolejne właściwości, które powinna ona posiadać: jednoznaczność, kompletność, wiarygodność, aktualność, zgodność<sup>43</sup>. Aby dostarczyć organizacji strategicznego zasobu w postaci informacji o powyższych cechach, często konieczna jest pomoc fachowców. Przedsiębiorca potrafi określić, jaka wiedza jest mu potrzebna, ale nie zawsze jest w stanie wybrać odpowiednie jej źródło. Istotną rolę odgrywa w tym procesie szybkość uzyskania informacji, jej pewność i spójność. Im bardziej złożone jest przedsiębiorstwo oraz im częstsze zmiany mają miejsce w jego otoczeniu, tym wszechstronniejszych i obszerniejszych informacji powinno się mu dostarczać. Wiele kadr kierowniczych nie dostrzega, jaką rolę mogą one odegrać w skutecznej walce z konkurencją i umacnianiu swej pozycji na rynku. Ponadto „często informacja wykorzystywana jest w postaci szczątkowej, fragmentarycznej, jest spóźniona, a w takim przypadku trudno postrzegać ją jako czynnik strategiczny”<sup>44</sup>. Należy pamiętać, że wiadomości gospodarcze szybko się starzeją (nauki ekonomiczne i techniczne dwa razy szybciej niż inne), a przedsiębiorca zdecydowanie preferuje informację bieżącą (najlepiej dostępną w trakcie jej powstawania) w przeciwieństwie do retrospektywnej. Poza tym przedsiębiorcy nie powinni otrzymywać metainformacji, przeznaczonej raczej dla infobrokerów i innych profesjonalistów niż samych przedsiębiorców<sup>45</sup>. Ricky

<sup>42</sup> B. Stefanowicz: *Informacja*. Warszawa 2004, s. 33—34.

<sup>43</sup> E. Skrzypek: *Wpływ jakości danych i informacji na trafność podejmowania decyzji*. W: *Komputer — przyjaciel czy wróg? Międzyzdroje, 12—13.05.2005 roku. Materiały pokonferencyjne*. Dostępny w Internecie: <http://psgi.univ.szczecin.pl/8/pliki/skrz.doc>. [Data dostępu: 15.01.2008].

<sup>44</sup> J. Myszczyższyn, W. Myszczyższyn: *Informacja — czwartym czynnikiem produkcji...*, s. 136.

<sup>45</sup> S. Arcisz: *Potrzeby informacyjne...*, s. 56.

Griffin, popularny teoretyk organizacji i zarządzania, wypowiada się również na temat cech informacji, mających znaczenie dla menedżera, i zalicza do nich: dokładność, aktualność, kompletność, odpowiedniość<sup>46</sup>. Najpełniejsze jednak zestawienie cech użytecznej, z punktu widzenia przedsiębiorcy, informacji prezentuje tabela 1.

Tabela 1

### Cechy użytecznej informacji

Nazwa cechy	Syntetyczne objaśnienie cechy informacji
Aktualność	dostępna w czasie umożliwiającym właściwe podejmowanie decyzji przez menedżera, np. informacja o bieżącym saldzie zobowiązań, „spływie” należności pozwoli efektywnie zarządzać posiadaną gotówką czy środkami finansowymi na rachunku bankowym
Bezpieczeństwo	możliwość przechowywania, archiwizacji i odtwarzania informacji
Decyzyjność	stopień wpływu na podejmowane decyzje, informacje nieistotne powinny być odrzucone
Użyteczność	przydatność informacji
Dokładność	dostarcza wiarygodnego odzwierciedlenia rzeczywistości
Dostępność	możliwość korzystania z informacji w danym miejscu i czasie przez użytkownika
Efektywność	zdolność do wywoływania określonego efektu, np. informacja o przychodach i poniesionych kosztach wydziałowych za ostatni miesiąc może wpłynąć na przyznane premie pracownicze
Elastyczność	zdolność do zaspokajania potrzeb informacyjnych różnych użytkowników
Ilość	zmniejszenie stopnia niepewności w podejmowaniu decyzji
Kompletność	brak potrzeby sięgania do innych informacji
Kosztowność	poziom nakładów finansowych niezbędnych do uzyskania informacji
Porównywalność	możliwość analizy porównawczej
Przetwarzalność	określenie funkcji w postaci danych i form ich przetwarzania
Przyswajalność	objętościowy zakres informacji, który jest w stanie efektywnie wykorzystać menedżer
Redundancja	stopień nadmiarowości informacji
Rzetelność	prawdziwa i wiarygodna, bez zniekształceń intencjonalnych
Szybkość uzyskiwania	ilość czasu niezbędna dla uzyskania niezbędnych informacji
Wiarygodność	brak zniekształceń porównywalnych informacji

Źródło: J. Myszczyński, W. Myszczyńska: *Informacja — czwartym czynnikiem produkcji*. W: *Przemiany i perspektywy polskich przedsiębiorstw w dobie integracji z Unią Europejską*. Red. K. Piech, G. Szczodrowski. Warszawa 2003, s. 137.

<sup>46</sup> R.W. Griffin: *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa 1996, s. 674—698.

Informacja pozwala na zwiększenie naszej wiedzy o nas i otaczającym nas świecie<sup>47</sup>. Informacja relewantna i przekazana na czas to cenne źródło przewagi konkurencyjnej firmy, narzędzie rozwoju i zasób organizacji, który powinien być chroniony w sposób szczególny<sup>48</sup>. Jako zasób wymaga poniesienia określonych kosztów, co wpływa na wartość towarów i usług.

## Rodzaje informacji dla przedsiębiorców

Istotę informacji dla przedsiębiorców można próbować zrozumieć, analizując poszczególne jej kategorie pogrupowane według różnych kryteriów. Kryterium merytoryczne dotyczy rodzajów danych, jakie składają się na informację dla przedsiębiorców (tabela 2).

Tabela 2

### Podział informacji pod względem merytorycznym

Rodzaj informacji	Zakres
O przedsiębiorstwie (firmie)	profil branżowy lub sektorowy przedsiębiorstwa podstawowe dane o firmie (dane teleadresowe) rodzaj wytwarzanych produktów lub świadczonych usług dane o wielkości zatrudnienia, obrocie, bilansie rocznym i wskaźnikach ekonomicznych (w tym giełdowych) współpraca z różnymi organizacjami (np. izby gospodarcze, stowarzyszenia przedsiębiorców)
O produktach i usługach firm (krajowych i zagranicznych)	ceny, rodzaje, kategorie i typy produktów oraz usług wraz z określeniem ich jakości, ilości i charakteru znaki towarowe standardy sposoby płatności i dostaw
O potrzebach kooperacyjnych firm	oferty kupna i sprzedaży (hurt, detal) możliwości importu, eksportu, podwykonawstwa, przedstawicielstwa, kooperacyjne, joint-venture, inwestycyjne, kapitałowe możliwości transferu technologii know-how
O targach i wystawach (krajowych i zagranicznych)	rodzaj i charakter imprezy termin i miejsce imprezy prezentowane produkty i usługi powierzchnia wystawowa, koszty i inne warunki uczestnictwa
O misjach i wizytach gospodarczych (krajowych i zagranicznych)	rodzaj, charakter i tematyka imprezy imprezy towarzyszące (seminaria, konferencje, spotkania) termin i miejsce imprezy koszty i inne warunki uczestnictwa uczestnicy imprezy

<sup>47</sup> J. Kisielnicki, H. Sroka: *Systemy informacyjne...*, s. 13.

<sup>48</sup> P. Sadler: *Zarządzanie w społeczeństwie postindustrialnym*. Kraków 1997, s. 19.

c.d. tabeli 2

Rodzaje informacji	Zakres
O kształceniu i szkoleniach	profil placówki i podstawowe dane na jej temat dostępne studia, kursy, seminaria, sympozja oraz ich tematyka — charakter studiów/szkoleń (tryb, liczba słuchaczy, terminy, warunki uczestnictwa)
O usługach w zakresie prowadzenia specjalistycznej dokumentacji handlu zagranicznego	informacja o specjalnych dokumentach stosowanych w handlu zagranicznym (np. karnety ATA, karnety TIR) informacja o placówkach zajmujących się wydawaniem specjalnych dokumentów procedury legalizacji i wydawania świadectw pochodzenia towarów
O wspomaganiu finansowym (w kraju i zagranicą)	kredyty fundusze pomocowe przetargi pozabankowe źródła finansowania gwarancje i poręczenia kredytowe placówki świadczące usługi finansowe rodzaje usług finansowych programy pomocowe usługi doradcze
O przepisach prawnych (krajowych i zagranicznych)	ogólne prawo gospodarcze (zasady prowadzenia działalności gospodarczej, trybu zawierania i realizacji kontraktów, arbitrażu gospodarczego, przewozu towarów, świadczenia usług) prawo podatkowe ubezpieczenia społeczne ochrona zdrowia ochrona środowiska ochrona konkurencji i konsumentów prawo pracy normy handlowe i techniczne prawo celne patenty informacja o usługach prawnych (doradczych i dokumentacyjnych)
O organizacjach, stowarzyszeniach i instytucjach wspierających działalność podmiotów gospodarczych (krajowych i zagranicznych)	izby gospodarcze (przemysłowo-handlowe, branżowe, bilateralne) organizacje działające na rzecz przedsiębiorstw (zwłaszcza sektora MSP) zakres świadczonych usług procedury postępowania osoby kontaktowe
O krajach	specyfika gospodarki polityka administracja dane geograficzno-demograficzne informacje kulturalne i społeczne
Bibliograficzno-dokumentacyjna	wyniki badań rynkowych (analizy przekrojowe, analizy trendów), roczniki statystyczne, artykuły prasowe
Referencyjna	odwołania do dokumentów gospodarczych (katalogi, książki adresowe, strony domowe instytucji i osób, kolekcje odsyłaczy)



c.d. tabeli 2

Rodzaje informacji	Zakres
O ludziach gospodarki	działalność poszczególnych osób wywiady biogramy dane teleadresowe

Źródło: W. Januszko: *Systemy informacji gospodarczej*. Warszawa 2001, s. 16.

W informacji dla przedsiębiorców z praktycznego punktu widzenia można wyróżnić, za Sabiną Cisek, pewne ogólne działy:

- metainformacja biznesowa, informacja o informacji biznesowej, w zakres której wchodzi np.: monografie i poradniki na temat pracy bibliotekarza w dziedzinie informacji gospodarczej, informatory o ośrodkach informacji biznesowej, bibliografie, encyklopedie i słowniki, internetowe portale uniwersalne i specjalistyczne;
- informacja o firmach (instytucjach, organizacjach) i branżach, obejmująca m.in.: dane teleadresowe, rankingi firm, katalogi i serwisy branżowe, informacje na temat spółek giełdowych;
- informacja o rynkach, w tym: informacja o ludziach, grupach społecznych (dane demograficzne, zachowania konsumenckie itp.); informacja o udziale w rynku — firmy, marki, produktu; informacja o reklamie — agencje reklamowe, organizacje związane z reklamą, prawo, promocja, wydatki na reklamę;
- informacja finansowa (informacja dla inwestorów), to jest o giełdzie, kredytach, papierach wartościowych, pieniądzu, produktach bankowych, ubezpieczeniach itp.;
- informacja o produktach i usługach (m.in. o giełdach towarowych, targach, wystawach; klasyfikacjach branż, produktów, usług, towarów, wyrobów; rankingach produktów). Taka informacja służy m.in. ochronie własnych patentów, wzorów użytkowych, znaków towarowych, śledzeniu nowych rozwiązań technicznych, wreszcie — wyborowi najodpowiedniejszego pod względem cech, ceny czy dostawcy produktu, który firma ma zamiar nabyć;
- informacja ogólna, w tym m.in.: dotycząca sytuacji ekonomicznej w danym kraju (poziom inflacji, dochód narodowy, wzrost gospodarczy, system podatkowy, zmiany polityczne itp.), informacja prawno-gospodarcza oraz wiadomości na temat kultury, obyczajowości, tradycji;
- wszelka inna informacja, która może być przydatna w działalności firmy (czasami są to wiadomości całkowicie niezwiązane z problematyką gospodarczą, zaskakujące, np.: zasady jakiejś gry sportowej, przepisy kulinarne)<sup>49</sup>.

Podział według wpływu określonej informacji na procesy decyzyjne przedsiębiorcy może być związany z konkretnymi działaniami zarządczymi mającymi miejsce w organizacji, co pokazuje tabela 3.

<sup>49</sup> S. Arcisz: *Internet jako źródło informacji biznesowej*. W: *IV Krajowe Forum Informacji Naukowej i Technicznej, Zakopane 2—5 IX 1997. Materiały konferencyjne*. Warszawa 1998, s. 303—308.

Inne rodzaje informacji można wyróżnić z punktu widzenia czasu, którego dotyczy informacja. Wymienić można następujące kategorie:

- retrospektywna — gdy zawarta w wiadomości informacja dotyczy przeszłych stanów systemu, to mówimy, że wiadomość zawiera informację retrospektywną (np.: dane statystyczne, deklaracja podatkowa PIT za ubiegły rok);
- prospektywna — wiadomość zawiera informację prospektywną, jeżeli informacja zawarta w wiadomości dotyczy stanów przyszłych systemu (wszelkie prognozy, np.: inflacji, koniunktury dla branży czy gospodarki narodowej, dane demograficzne, planowane dochody i wydatki budżetu państwa w projekcie ustawy budżetowej);
- bieżąca — informacja dotycząca teraźniejszego punktu czasowego (przykładem mogą być: aktualne imię i nazwisko konkretnej osoby, cechy identyfikacyjne i klasyfikacyjne osoby w rejestrze ludności PESEL, aktualny stan konta bankowego, aktualna nazwa przedsiębiorstwa, aktualna cena towaru, widoczna w sklepie)<sup>50</sup>.

Tabela 3

**Podział informacji związany z konkretnymi działaniami zarządczymi w przedsiębiorstwie**

Rodzaj informacji	Charakterystyka
Pokrzepiająca	dotyczy bieżącej sytuacji przedsiębiorstwa, celem tej informacji jest zapewnienie, że wszystko przebiega zgodnie z przyjętymi założeniami
Rozwojowa	jest związana z oceną stanu lub przebiegu jakiegoś zjawiska bądź procesu oraz wykazaniem ewentualnych trudności związanych z jego realizacją
Ostrzegawcza	sygnalizuje, iż wystąpiły określone zagrożenia w wyniku realizacji działalności lub też, że mogą one niebawem wystąpić
Planistyczna	odnosi się do poziomu lub stanu przyszłego zjawiska lub procesów gospodarczych
Operacyjna	określa działanie własnego przedsiębiorstwa i pozwala na jego umiejscowienie na „mapie” działalności innych podobnych podmiotów gospodarczych
Opiniodawcza	dotyczy informacji o najbliższym oraz dalszym otoczeniu przedsiębiorstwa
Kontrolowana	ma być przekazywana otoczeniu (bankom, mediom) o działalności przedsiębiorstwa

Źródło: Opracowanie własne na podstawie podziału J.A. Senn'a<sup>51</sup>.

Z praktycznego punktu widzenia przydatnym może się okazać podział informacji pod kątem relacji, w jakich przedsiębiorstwo pozostaje ze swoim otoczeniem<sup>52</sup>. Poniższa kategoryzacja została zainspirowana terminologią z zakresu handlu elektronicznego<sup>53</sup>, który obejmuje wszelkie sposoby kontaktu z klientem i za-

<sup>50</sup> J. Oleński: *Standardy informacyjne w gospodarce*. Warszawa 1997, s. 41.

<sup>51</sup> Zob. J. Kisielnicki, H. Sroka: *Systemy informacyjne...*, s. 15.

<sup>52</sup> Prezentowany podział jest propozycją własną autorki.

<sup>53</sup> Z ang. *electronic commerce, e-commerce*. „Pojęcie to odnosi się do wszystkich rodzajów działalności gospodarczej, które wykonywane są przynajmniej częściowo on-line, za pomocą elek-

wierania transakcji handlowych, a więc odzwierciedla w rzeczywistości wirtualnej wszystkie reguły i cechy świata biznesu. Podział uwzględnia wszelkie rodzaje informacji – uzyskiwane zarówno ze źródeł dokumentalnych, jak i niedokumentalnych, elektronicznych i tradycyjnych.

Ze względu na relacje z otoczeniem można podzielić informację gospodarczą na:

- Informację B2B (*business to business*) — B2B to ogół relacji między przedsiębiorstwem i partnerami, pośrednikami, dostawcami, dystrybutorami oraz punktami sprzedaży i świadczenia usług. Będą to wszelkie informacje kierowane przez podmioty gospodarcze do podmiotów gospodarczych, np. za pomocą literatury firmowej (oferty handlowe, oferty współpracy), platform B2B, baz danych ofert, wystaw, na spotkaniach biznesowych itp.
- Informację B2C (*business to consumer*) — B2C to ogół relacji między przedsiębiorstwem i klientem (rzeczywistym i potencjalnym). Relacje te dokonują się poprzez sprzedaż, dostawę, płatność, obsługę, marketing. Informacja tego typu będzie pochodziła np. z literatury firmowej, stron internetowych firmy, wizytówek, targów, wystaw, rozmów na infoliniach itp.
- Informację C2C (*consumer to consumer*) — C2C to ogół relacji pomiędzy samymi klientami; informacje tego typu mogą również dostarczać cennych (zwłaszcza z punktu widzenia marketingu) informacji dla przedsiębiorców. Mogą to być np. (spontaniczne lub moderowane<sup>54</sup>) opinie klientów o produktach czy usługach pozyskiwane za pomocą aukcji lub forów internetowych, list dyskusyjnych, w ramach wszelkich serwisów i umożliwiających klientom wyrażanie poglądów.
- Informację B2E (*business to employee*) — B2E to ogół relacji między przedsiębiorstwem i pracownikami. Głównie będą to informacje nadawane przez firmy do pracowników oraz te generowane przez pracowników (rzeczywistych oraz potencjalnych) do firmy. Przykładem mogą być informacje zawarte w aplikacjach, CV, listach motywacyjnych, wyniesione z rozmów kwalifikacyjnych, serwisów ogłoszeniowych, baz danych pracowników itp. Do tej kategorii można również zaliczyć informacje wewnętrzne przedsiębiorstwa przebiegające na płaszczyźnie przełożony (reprezentujący firmę) — pracownik (informacje tego typu będą pochodzić ze sprawozdań, raportów, spotkań biznesowych pracowników z przełożonymi itp).

---

tronicznych technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Obejmuje ono również nawiązywanie i realizację czynności prawnych pomiędzy przedsiębiorcami, względnie między komercyjnym dostawcą usług i konsumentami, jak i samą prezentację w Internecie, która zachęca konsumentów do nawiązywania kontaktu”. Za: R. Figura, Z. Szymański, G. Kluka: *Handel elektroniczny w małych i średnich przedsiębiorstwach*. W: *TIZIB'05. Krajowa Konferencja Naukowa Technologie Internetowe w Zarządzaniu i Biznesie. Referaty*. Łódź, 14—15 IV 2005 roku. Łódź 2005, s. 72—79.

<sup>54</sup> Moderowane, czyli takie, w których pracownik firmy anonimowo prowokuje klientów do wyrażania swoich opinii, np. na forum internetowym.

- Informację B2ED (*business to education*) — B2ED to ogół relacji między przedsiębiorstwami i placówkami badawczo-rozwojowymi oraz ludźmi nauki<sup>55</sup>, które dostarczają firmom specjalistycznej wiedzy poprzez: szkolenia, konferencje, sympozja, publikacje, badania, tworzenie i udostępnianie baz danych itp.
  - Informację B2G (*business to government*) — B2G to ogół relacji między przedsiębiorstwami i instytucjami rządowymi (na wszelkich szczeblach administracyjnych; dotyczy wszystkich podległych rządowi agencji i instytucji). Ten typ informacji dotyczy m.in. literatury prawniczej, normalizacyjnej, patentowej, kontaktów osobistych z przedstawicielami tych organizacji, np. w ramach Gminnych Centrów Informacyjnych lub Punktów Informacji Normalizacyjnej.
- Należy podkreślić, że wszystkie powyższe relacje działają na zasadzie sprzężenia zwrotnego — informacja typu B2C dotyczy zarówno informacji kierowanej przez firmę do klienta, jak i przez klienta do firmy.

Dynamicznie działający sektor MSP jest podstawą dobrze funkcjonującej gospodarki rynkowej. Tworzy on miejsca pracy dla dużej części społeczeństwa oraz napędza koniunkturę. Wśród małych i średnich przedsiębiorstw można znaleźć podmioty niezwykle innowacyjne, wykorzystujące najnowsze zdobycze myśli technicznej oraz takie, które zajmują się bardzo prostymi i mało zaawansowanymi formami działalności. Tak samo niektóre przedsiębiorstwa od dawna wykorzystują zaawansowane źródła informacji do podejmowania decyzji, inne zaś dopiero zorientowawszy się, że znalazły się w Europie (coraz bardziej nowoczesnej, coraz bardziej high-tech), uświadamiają sobie tę konieczność.

W dobie globalizacji, w obliczu budowania społeczeństwa informacyjnego oraz gospodarki opartej na wiedzy zasadne wydają się działania na gruncie ułatwiania przedsiębiorcom dostępu do informacji. To jednak będzie miało sens dopiero wówczas, gdy przedstawiciele tego sektora uzmysłwią sobie rolę informacji jako spoiwa, łączącego trzy klasyczne czynniki produkcji — ziemię, kapitał i pracę ludzką. Ważnym elementem tej polityki musi być edukacja przedsiębiorców w zakresie wykorzystywania źródeł informacji, podnoszenie jakości usług niekomercyjnych placówek informacyjnych, a pierwszym krokiem w tej materii mogłaby być np. reaktywacja realizowanego w latach 2001—2003 programu PULMAN, a szczególnie działań na rzecz doskonalenia usług bibliotek publicznych pod kątem włączania w ich ofertę informacyjnych usług biznesowych<sup>56</sup>.

<sup>55</sup> W przeciwieństwie do relacji typu B2B (w których również może się pojawić działalność usługowa w zakresie edukacji), w relacji B2ED chodzi o placówki niekomercyjne, np.: centra wspierania biznesu, fundacje i stowarzyszenia, ośrodki badawczo-rozwojowe, ośrodki innowacji i technologii, uczelnie, biblioteki.

<sup>56</sup> Zob. *Poradniki DGM* [Digital Guidelines Manuals] — *wskazówki doskonalenia sieci PULMAN*. Dostępny w Internecie: <http://www.pulmanweb.org/DGMs/DGMs-Polish-Ver-Sep02.doc>. [Data dostępu: 18.03.2008].

Хонората Зарембска

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ (МСП)  
В РЕАЛИЯХ ЕДИНОГО ЕВРОПЕЙСКОГО РЫНКА

Резюме

Статья посвящена рассуждениям на тему специалистической информации, предназначенной для малого бизнеса. Во введении подчеркнута потребность лучшего использования нематериальных ресурсов, таких, как знания и информация, по отношению к польским предприятиям, которые после вступления Польши в Евросоюз в 2005 году оказались в новой экономической ситуации. В контексте интеграции польской экономики с европейской отмечаются не только новые возможности поддержки, но также серьезные изменения правил функционирования субъектов на рынке — экономика, опирающаяся на использование трех классических ресурсов (земли, капитала, труда человека), уступает место экономике, основывающейся на знаниях. Автор подчеркивает, что информация является связующим элементом для вышеупомянутых ресурсов, а не только одним из них.

Кроме характеристики информации для предпринимателей, автор предлагает собственное подразделение информации на информацию B2B (*business to business*), B2C (*business to consumer*), C2C (*consumer to consumer*), B2E (*business to employee*), B2ED (*business to education*), B2G (*business to government*), являющееся попыткой передать отношения предприятия со своим окружением, с которым оно может (а даже должно) обмениваться информацией/знаниями.

Honorata Zarębska

INFORMATION FOR SMALL AND AVERAGE-SIZE COMPANIES (SAC)  
IN THE REALITY OF UNIFIED EUROPEAN MARKET

Summary

The article is devoted to considerations on the specialist information for a small business. The introduction highlights the need to a better usage of the potential of nonmaterial resources such as knowledge and information in reference to Polish companies which, after Poland's entrance in the European Union in 2005 found themselves in a new economic situation. In the context of the integration of the Polish economy with the European one, the author discerns not only new possibilities of support, but also serious changes of the rules of subject functioning in the market — the economy based on the usage of three classic resources (ground, capital, human work) gives room for the knowledge-based economy. The author emphasizes that the information is a cement for the three mentioned resources, and not only one of them.

Apart from a characteristic of the information for businessmen and presentation of its various types, the author proposes her own division of information into B2B (*business to business*), B2C (*business to consumer*), C2C (*consumer to consumer*), B2E (*business to employee*), B2ED (*business to education*), B2G (*business to government*), being an attempt to show the relations in which a company stays with its own environment with which it may (or even has to) exchange information/knowledge.